



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UnB
Faculdade de Comunicação
Departamento de Audiovisual e Publicidade e Propaganda

LETÍCIA REIS NUNES

VAI MALANDRA
O checkmate da Anitta

Brasília - DF
2018

LETÍCIA REIS NUNES

Vai Malandra:
O checkmate da Anitta.

Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Audiovisual, sob orientação do professor Sérgio Ribeiro.

Brasília
2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha família, que incentivou minha jornada pelo Audiovisual e pela Música. Aos meus pais, que sempre colocaram minha educação e de minhas irmãs em primeiro lugar entre suas prioridades e, em especial, à minha mãe, por ser meu maior exemplo de força e de determinação.

Aos meus amigos, que não me deixaram desistir da minha graduação. À Alice, que me acolheu em sua casa e me estimulou a escrever. À Pamella, por toda a cerveja, por todo ombro amigo e por ser a melhor “coach” de TCC que eu poderia desejar. À Maju, pela amizade e parceria em todos esses anos.

À Universidade de Brasília, que foi minha casa por quatro anos e meio, pelos problemas e soluções proporcionados. Sem eles, o caminho seria diferente.

Ao meu orientador, Sérgio, que desde o primeiro encontro buscou o meu melhor. Obrigada pelos conselhos, por oferecer o ombro para eu poder chorar, pelas broncas e pelo carinho. Foi um imenso prazer ser sua orientanda nesse processo.

Por fim, agradeço à música negra brasileira, que sempre foi minha companheira e se mostrou uma fonte inesgotável de conhecimento para mim.

RESUMO

As formas de difusão de culturas sempre encontram meios de se reinventar. É o caso do que acontece hoje com a cultura *pop*, mais especificamente com o mercado fonográfico *pop*: a difusão de produtos musicais, apenas, não é mais suficiente para o consumo do público. Cada vez mais, então, os artistas se renovam e se utilizam de instrumentos audiovisuais em suas performances. O videoclipe, desde seu início e sua trajetória na emissora Music Television, ou MTV, tem sido utilizado de diversas formas por artistas da cultura *pop*. É nesse contexto que se insere a cantora Anitta. A artista explorou, assim como têm feito diversos intérpretes internacionais, os caminhos que o audiovisual abre ao mercado fonográfico. Por meio de videoclipes, a funkeira lançou os singles de seu projeto, CheckMate, e conseguiu se içar, de intérprete de um gênero desvalorizado como o funk carioca, a diva *pop*, propagadora da cultura nacional.

Palavras-chave: Comunicação; videoclipe; funk; Anitta; internet; cultura *pop*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1 - DJ Marlboro	16
Figura 2 - Parceria entre KondZilla e MC Guimê no videoclipe de Plaque de 100.....	17
Figura 3 - Cidinho e Doca se apresentam no programa de televisão da Furacão 2000.....	21
Figura 4 - M.I.A. e Deize Tigrone.....	23
Figura 5 - Tati Quebra Barraco.....	24
Figura 6 - Vídeo que revelou Anitta.....	29
Figura 7 - Menina Má.....	30
Figura 8 - Foto promocional do clipe de Meiga e Abusada.....	31
Figura 9 - Imagem promocional do videoclipe de “Show das Poderosas”.....	33
Figura 10 - Imagem promocional do videoclipe de “Sim ou Não”.....	35
Figura 11 - Imagem promocional do videoclipe de “Paradinha”.....	35
Figura 12 - Imagem promocional do videoclipe de “Sua Cara”.....	36
Figura 13 - Anitta e Poo Bear para o videoclipe de “Will I See You”	38
Figura 14 - Anitta e Alesso em imagem promocional do videoclipe de “Is That For Me”.....	39
Figura 15 - Anitta e J Balvin no videoclipe de “Downtown”.....	40
Figura 16 - Imagem promocional do videoclipe de “Vai Malandra”.....	41
Figura 17 - O single contou com a participação da dupla Tropkillaz e de MC Zaac.....	41

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1. JUSTIFICATIVA.....	9
1.2. OBJETIVOS.....	9
1.3. METODOLOGIA.....	10
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1. VIDEOCLÍPE.....	11
2.2. MUSIC TELEVISION E MTV BRASIL.....	13
3. BREVE HISTÓRICO DO FUNK.....	14
3.1. O FUNK NA TELEVISÃO.....	24
4. O CASO ANITTA.....	28
4.1. LARISSA.....	28
4.2. MC ANITTA.....	30
4.3. ANITTA.....	31
5. O XEQUE-MATE.....	36
5.1. AS TRÊS PRIMEIRAS FAIXAS.....	37
5.2. VAI MALANDRA.....	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
REFERÊNCIAS.....	46

1. INTRODUÇÃO

Este projeto busca analisar a carreira da cantora Anitta, por meio de um estudo de caso, e compreender a relação da artista com o meio audiovisual através da observação de seu projeto CheckMate, no qual a intérprete se propôs a lançar, entre setembro e dezembro de 2017, quatro singles e seus respectivos videoclipes.

O videoclipe se consolidou como linguagem audiovisual no começo da década de 80, principalmente através do canal Music Television. A música aliada à imagem tornou-se, com a popularização do canal entre o meio jovem, uma ferramenta de promoção de artistas, inicialmente. A própria MTV surgiu como uma proposta comercial de conquistar a audiência jovem, até então um público difícil de agradar (Trevisan, 2011); e acabou por estabelecer de vez o videoclipe como linguagem e por padronizar uma estética e um formato de produção no meio audiovisual.

A MTV expandiu sua audiência para o Brasil em 1990 com a promessa de que, por meio da emissora, “a música brasileira seria levada para outros países” (Lusvarghi, 2007). A produção nacional, no entanto, apresentava uma qualidade considerada inferior àquela já estabelecida pelo canal. Isso fez com que a MTV começasse a produzir e a patrocinar videoclipes, para que pudessem ser transmitidos em sua grade. A maior parte do conteúdo era voltado para os gêneros rock e pop. Apenas em 1999 a emissora expandiu sua grade também para gêneros mais “populares”, como o axé e o pagode.

Em 2005, foi fundado o YouTube, uma plataforma de compartilhamento de vídeos e, em 2008, alguns videoclipes fizeram sucesso internacional após serem lançados na rede. Isso abriu espaço para uma nova forma de disseminação e consumo desse produto audiovisual. A Internet proporcionou uma abertura de espaço para artistas publicarem seus conteúdos de forma independente da MTV e, de certa forma, democratizou essa dinâmica de produção e distribuição de conteúdo.

O funk, dentre outros, é um gênero que conquistou evidência simultaneamente a esse processo. Com sua origem na música negra norte

americana, o funk foi importado pela cultura brasileira e cresceu na periferia carioca. O desenvolvimento e fortalecimento do gênero desde a década de 1970 fez florescer uma nova identidade para o estilo musical, dessa vez de forte expressão nacional, distinta de sua versão matriz (ESSINGER, 2005). Nesse contexto de dilatação dessa cultura, surge, em meados de 2010, o funk ostentação, ramificação responsável pelo *boom* de produções de videocliques para internet. O canal KondZilla, no YouTube, produziu grande parte desses vídeos e é, até a atualidade, uma referência no meio (BEZERRA; REGINATO, 2017. p.152).

Apesar da falta de informação na bibliografia sobre a presença do funk na grade da MTV Brasil, pode-se considerar que, por ser um ritmo de uma cultura popular e de periferia, não tivesse a mesma visibilidade que o *rock* e o *pop*, por exemplo, que eram o carro-chefe da emissora. A partir da popularização da plataforma online YouTube¹, o funk ganha, então, uma ampla visibilidade². A forma de medir o prestígio dos lançamentos converte-se, dessa forma, de audiência a número de visualizações.

Em 2015, a cantora Anitta atingiu, com seu videoclipe *Show das Poderosas*, a marca de 100 milhões de visualizações, sendo a primeira artista brasileira a conquistar essa meta. Inicialmente identificada como MC Anita, a funkeira, nascida Larissa, começou sua carreira nos palcos da Furacão 2000, uma produtora de shows de funk carioca. Com o sucesso do single “Show das Poderosas” a artista ficou conhecida no mercado nacional. Estabelecido seu sucesso entre o público brasileiro, a cantora e empresária ajustou sua mira para o mercado internacional. Depois de diversas parcerias com artistas *mainstream* do meio de língua espanhola, Anitta, divulga o *Checkmate* (ou Xequre-Mate, em português), o projeto de lançamento de sua carreira internacional.

¹ A plataforma, em 2017, completou 12 anos em atividade com números impressionantes: mais de 500 horas de conteúdo são disponibilizadas por minuto e, por dia, cerca de 1 bilhão de horas são assistidas no site.

Fonte: INFOGRÁFICO: Os impressionantes números do YouTube. 2017. Disponível em:

<<http://www.blog.doxxa.com.br/single-post/2017/09/18/Infografico-Os-impressionantes-numeros-do-Youtube>>. Acesso em: 29 jun. 2018.

² O YouTube disponibilizou, em 2017, uma lista dos vídeos mais assistidos naquele ano. Entre os 10 produtos de música, no Brasil, com maior visualização, 5 são videocliques de funk ou de parcerias com funkeiros (SILVA, 2018).

1.1. JUSTIFICATIVA

O tema da pesquisa se insere em um debate presente no campo da Comunicação, que discute a democratização do espaço de fala e a sua conquista a partir do surgimento da Internet. De acordo com os autores Pinto e Sousa, com a integração da rede mundial de computadores,

Potencia-se a veloz divulgação de informações que podem servir de base à rápida atualização e reformulação de conhecimentos e referentes sobre a realidade. Produzem-se novas formas de expressão e de comunicação. Surgem novas profissões e novos profissionais. (PINTO; SOUSA, 1999. p.101)

O funk, como um representante da cultura periférica, é um movimento que luta por local de fala. É interessante pesquisar de que forma esse movimento se insere nessa dinâmica de conquista de espaço. Além disso, acolher o funk em um ambiente de discussão acadêmico pode ser um importante passo para a valorização e ressignificação de uma cultura marginalizada.

A escolha da artista também não se dá ao acaso. Optar por escrever sobre uma mulher, advinda de uma cultura que objetifica seu corpo, em um ambiente acadêmico, é, também, uma forma de confrontar o machismo ainda presente nas universidades.

Outros pontos a serem considerados são o reconhecimento da evolução da produção audiovisual nacional, tendo como objeto de estudo o videoclipe; e o enaltecimento de uma cultura brasileira que traça seu caminho rumo à valorização externa.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo Geral

Descrever o processo de lançamento da carreira internacional da cantora Anitta e a relação entre o projeto CheckMate e o uso do meio audiovisual como ferramenta interligada ao mercado pop musical.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Analisar, a partir da revisão bibliográfica, a evolução do funk como gênero musical brasileiro;
- Compreender, a partir de um estudo de caso, a trajetória da cantora Anitta;
- Traçar um breve histórico do funk como gênero musical;
- Conceituar a estética do videoclipe, com base em revisão bibliográfica teórica;
- Descrever a origem da emissora Music Television e o caminho percorrido pela MTV no Brasil, assim como sua influência para o fortalecimento do videoclipe como linguagem;
- Entender como o projeto Checkmate, da cantora e empresária Anitta, se utiliza de música e videoclipe para alavancar a carreira da artista no mercado fonográfico internacional.

1.3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho segue, dentro das classificações de pesquisas científicas de Gil (2002), a ferramenta do estudo de caso. Dentro das limitações desse método, entre elas a dificuldade de generalização (GIL, 2002. p. 55), o autor defende que é possível, a partir da observação e descrição de um ou múltiplos casos, entender o contexto geral em que os casos delimitados estão inseridos.

Apesar das limitações da ferramenta, ela pode ser suficiente para que se entenda o momento atual do funk brasileiro, uma vez que os resultados, “de modo geral, são apresentados em aberto, ou seja, na condição de hipóteses, não de conclusões.” (GIL, 2002. p. 54).

O estudo de caso, aplicado a esta pesquisa, se traduz em explorar e descrever, a partir de uma análise da trajetória da cantora Anitta, como se dá a relação entre esse processo de construção da carreira internacional da artista e o uso da produção audiovisual como dispositivo. Esse ponto se baseia,

principalmente, na teoria de interligação entre música e audiovisual dentro do universo pop, de Arlindo Machado.

Como base de coleta de dados para a realização do trabalho, utilizou-se de pesquisa do tipo bibliográfica acerca de referencial teórico que abrange os conceitos de videoclipe, em primeira instância; e de histórico do funk, como gênero musical e movimento social, e da emissora Music Television. Também foi feita uma pesquisa documental, com análise de vídeos da cantora e de suas redes sociais (Instagram, Facebook, canal no YouTube e site oficial), e também um levantamento de reportagens, entrevistas, e artigos que tenham como tema a carreira da artista.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. VIDEOCLIPLE

Na bibliografia consultada, o termo “videoclipe” é comumente referido como conceito teórico de difícil definição. Os autores estudados encontram obstáculos em delimitar o que se enquadra como videoclipe e em definir precisamente o início dessa linguagem.

Enquanto alguns autores apontam que os vídeos articulam o cinema e a publicidade de uma maneira bastante peculiar, outros dizem que ele é o ponto de cruzamento entre a televisão e o rock, duas das formas culturais mais importantes da 2ª metade do século XX. Outros ainda crêem que o videoclipe é a junção da música popular e do vídeo. (TREVISAN, 2011. p.11)

A autora Michele Kapp Trevisan, em sua tese de doutorado “A era MTV: análise da estética de videoclipe (1984 - 2009)” (2011), definiu, para atender aos interesses específicos de sua pesquisa, “a idéia mais comum de que o videoclipe é sinônimo de videomusica, ou seja, uma peça promocional para uma música ou seu intérprete” (TREVISAN, 2011. p.13). Tal definição, para fim de entendimento

do caráter da linguagem - para além de seus significados audiovisuais - como ferramenta de propaganda utilizada pela cantora e empresária Anitta, atende, também aos propósitos da presente monografia. Ainda sobre o caráter promocional do videoclipe, a autora escreve:

ao observar a evolução desse formato audiovisual, podemos dizer que é, antes de tudo, uma ferramenta publicitária, onde se divulga um produto – a banda, o cantor (a), a música, através de uma estética de imagens. Dessa forma, como um instrumento publicitário, o videoclipe cria novas realidades de consumo das músicas. (TREVISAN, 2011. p.14)

Arlindo Machado, em seu livro “A televisão levada a sério” (2000) escreve sobre a reinvenção do videoclipe. O autor defende a ideia de que:

Um show de rock hoje não compreende apenas música (no sentido exclusivamente acústico do termo), mas também coreografia, indumentária, cenografia, projeção de imagens animadas em telões e toda uma parafernália de recursos imagéticos que torna a música pop um acontecimento cada vez mais audiovisual. (MACHADO, 2000, p.183)

Essa ideia, aplicada ao momento atual do funk e da música pop, corrobora com a ideia de que o mercado fonográfico e o mercado audiovisual estão interligados e de que o primeiro, no universo pop (e também no funk), depende do segundo como ferramenta. Esse argumento, aplicado ao objeto da pesquisa (a trajetória da cantora Anitta), tem o propósito de mostrar o videoclipe, aliado ao produto musical, como instrumento essencial para o lançamento da carreira internacional da artista.

O autor Luiz Tatit, em seus estudos sobre a canção popular, constata de forma semelhante a Machado a convergência entre música e imagem:

A canção de consumo contemporânea cada vez mais sai de si mesma e contempla o seu intérprete. Este movimento se constata nos trajes dos artistas, nas encenações de palco, nos efeitos especiais de luz e som e, desbragadamente, nos clipes. (TATIT, 2007. p. 127)

Ainda no texto de Tatit, pode-se notar uma atenção particular reservada ao videoclipe e à forma como essa linguagem contribui para uma mudança no consumo do produto musical, uma vez que “quando se monta um videoclipe, que é a forma mais acabada de se retratar uma situação de comunicação, o intérprete participa, reforça e representa a narrativa do texto” (TATIT, 2007. p. 130). O que se pode apreender dessa ideia é que há uma transfiguração do foco de interesse do mercado, antes consumidor da obra, agora interessado na performance e na personalidade do artista.

2.2. MUSIC TELEVISION E MTV BRASIL

Para a continuidade desta pesquisa, é preciso entender um importante processo na consolidação do videoclipe: a MTV. As autoras consultadas, Michele Kapp Trevisan e Luiza Cristina Lusvarghi, em suas teses de doutorado³, descrevem o surgimento da emissora e o momento em que os mercados televisivo e musical se encontravam à época.

Segundo as autoras, a Music Television, lançada em 1º de agosto de 1981, surgiu com o propósito de explorar um nicho específico do mercado: o público jovem.

a MTV nasceu nos EUA, como um canal pago segmentado, com 24 horas destinadas a música, direcionado ao público jovem, na faixa entre 12 e 34 anos. Com o slogan “I want my MTV”, desde o início de sua estratégia mercadológica, a emissora conquistou diversos territórios, chegando a Europa, em 1987, e em 1990, ao Brasil. (TREVISAN, 2011. p.111)

Trevisan argumenta, ainda, que a chegada da emissora ao Brasil “foi um dos eventos mais marcantes para a indústria musical e televisiva, bem como um marco que modificou o comportamento dos jovens no Brasil.” (TREVISAN, 2011. p. 112). Segundo a pesquisadora, a criação da MTV Brasil foi determinante para o estabelecimento da cultura do videoclipe, tanto entre os jovens quanto na indústria

³TREVISAN, Michele Kapp. A era MTV: análise da estética de videoclipe (1984-2009). 2011
LUSVARGHI, Luiza Cristina. A MTV no Brasil - a padronização da cultura na mídia eletrônica mundial. 2002

televisiva nacional, uma vez que, antes de sua vinda para o país, “poucas emissoras se aventuravam a apresentar programas de videoclipes” (TREVISAN, 2011. p. 112).

É inegável a influência da MTV na consolidação do videoclipe como formato audiovisual. Entretanto, a maior ferramenta de democratização da linguagem foi o surgimento da Internet.

Com o advento da internet, no entanto, a exibição de videoclipes na televisão perdeu seu sentido: o videoclipe se transformou em commodity e seu acesso foi significativamente facilitado. O público deixou de ter de ligar na MTV para ver o que as bandas produziam. (GOES, 2014. p. 25)

Com a Internet houve não só a descentralização da produção e distribuição de videoclipes, como também a democratização do espaço para diversos gêneros musicais. É com a Internet que os videoclipes de funk conseguem visibilidade.

3. BREVE HISTÓRICO DO FUNK

O funk, como gênero musical, tem sua origem na década de 50, nos Estados Unidos, com uma mistura entre os gêneros *soul* e *jazz*, ritmos pertencentes à cultura negra norte americana. Nessa época, o pianista Horace Silver já utilizava em sua música o que chamou de *Funky Style*. Essa palavra, funk, deriva de um termo pejorativo, que era usado para descrever um cheiro peculiar, atribuído a pessoas negras. O termo foi ressignificado e apropriado pela própria cultura negra como forma de identidade, tanto na música como na dança. Durante a década de 60 incorporou-se a essa combinação o *Rhythm and Blues*, ou *R&B*.

Somente durante os anos 1970, com a atuação do cantor negro James Brown, que adicionou a dança *swing* ao gênero, o funk norte americano se projetou

internacionalmente. As influências do *hip hop* e do *breakdance* já podiam ser notadas, o que reafirmava o caráter periférico e de origem negra do estilo musical.

No Brasil, o funk chega em 1969 com o artista Gerson King Combo, que discotecava as músicas americanas nos bailes de *black music* no Rio de Janeiro. O estilo musical encontrou voz fora da periferia com o cantor Tim Maia, que contribuiu para a popularização da música na zona sul, área nobre da cidade. Nessa época, começavam a surgir no país outras referências negras norte americanas. A música e a cultura jovem nacionais caminhavam para uma integração com a identidade Black Power. É nesse contexto que nasce o movimento Black Rio, encabeçado principalmente por Tim Maia, Gerson King Combo e Toni Tornado.

Na década de 70 surgiram as primeiras produtoras brasileiras, a Soul Grand Prix e a Furacão 2000, responsáveis pela promoção dos primeiros bailes funk no Rio de Janeiro. Essa segunda, nos anos 2000 se tornaria a maior produtora de funk do país, lançando nomes como Bonde do Tigrão, Tati Quebra Barraco, Gaiola das Popozudas e Mr. Catra.

A absorção do Miami Bass, ritmo com batidas mais rápidas e letras mais erotizadas, resultou no nascimento do funk carioca. Se até então as músicas eram apenas importadas e remixadas nos bailes, na década de 80 surgem as primeiras composições nacionais. As letras retratavam, principalmente, a violência, a pobreza e o tráfico de drogas presentes na vida nas favelas. Os bailes funk no Rio de Janeiro cresceram e se estabeleceram dentro desse contexto de periferia, impulsionado pela realidade de DJ's e MC's locais. Um dos artistas de notoriedade da época era DJ Marlboro, conhecido como um dos criadores do funk carioca.

Em questões musicais, o funk, na própria década de 90, já havia se desprendido das referências norte americanas. Com a invenção do *Volti Mix* (um aparelho que ajudava os DJ's a fazerem as "colagens" musicais) e, mais tarde, do Tamborzão (uma versão desse aparelho com sons de atabaque e tambores brasileiros) surgiram grupos como Bonde do Tigrão, e artistas como Tati Quebra Barraco e Mr. Catra. Esses artistas, posteriormente, desempenharam papéis fundamentais para a exportação do funk carioca.

Durante os anos 1990 e 2000, o funk é alvo de dois movimentos controversos um ao outro. Os bailes funk, que ocorriam nos morros, foram alvo de críticas e

preconceitos por parte da classe média, por retratarem o cotidiano da vida dos moradores das favelas. O crescimento e fortalecimento dessa cultura provocou uma mobilização da classe média a favor da criminalização do gênero. A polícia fazia batidas, fechando bailes e prendendo MC's.

Por outro lado, os artistas que produziam músicas mais “comercialmente aceitas”, que falavam sobre temas menos provocativos e de interesse comum à burguesia, ganharam visibilidade. O DJ Marlboro, por exemplo, era convidado a participar do programa Xuxa Park, da TV Globo, e ganhou um espaço, ao final da atração, para apresentar novos MC's.

A produtora Furacão 2000 conquistou também um horário na grade da televisão aberta e aproveitava o espaço para promover seus artistas. Assim, ao mesmo tempo em que o funk era criminalizado na periferia, sua versão mais leve, o funk melody, no começo de sua mistura com o pop, ganhava espaço na classe média e, consequentemente, no mercado musical.

Figura 1 - DJ Marlboro



Fonte: G1⁴

O sucesso do funk carioca provocou uma demanda de mercado que não poderia ser preenchida pelo funk popularmente chamado de “proibidão”, mal visto pela burguesia e que tocava nas favelas do Rio de Janeiro. Em 2008, uma subprefeitura em São Paulo buscou funkeiros para produzir músicas de teor mais

⁴ Disponível em:

<<http://g1.globo.com/musica/blog/mauro-ferreira/post/pioneiro-do-baile-dj-marlboro-tenta-voltar-para-pista-com-ragafunk.html>>

leve, um funk “permitidão” (Pedro, 2015. p. 73). Em 2010, nesse contexto, nasceu o funk ostentação, com letras que dialogam sobre consumo, poder aquisitivo e status social. Esse estilo foi de importância fundamental para o estabelecimento do gênero como é atualmente conhecido.

O funk ostentação não se limitou apenas a falar sobre carros, dinheiro e mulheres. Havia uma urgência em também mostrar essas posses. Assim, a produção de videoclipes para esse gênero começou a se fortalecer. O produtor Konrad Cunha Dantas realizou videoclipes de funk ostentação sob o nome de Kondzilla, hoje uma produtora audiovisual de renome no YouTube.

Essa nova estética não aconteceu nas rádios, como outrora, e nem tanto de baile em baile, mas principalmente na internet. O grande responsável por isso foi Konrad Dantas, garoto da cidade do Guarujá que, depois de ter feito cursos de marketing e cinema, descobriu o novo filão com a produtora KondZilla. Para os clipes, alugava mansões que em condições normais os cantores nunca entrariam, e arranjava carros e mulheres para ilustrar os sonhos dos MCs. (BEZERRA; REGINATO, 2017)

Figura 2 - Parceria entre KondZilla e MC Guimê no videoclipe de Plaque de 100



Fonte: Reprodução YouTube. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=gyXkaO0DxB8>>.

Acesso em 18/06/2018

A internet passa a desempenhar, então, um papel fundamental na propagação das músicas e vídeos. Se antes era a televisão o canal que possuía os meios para a transmissão de clipes, o que dava a ela o poder de determinar quais artistas e gêneros poderiam usufruir desse campo; a internet, nesse momento, com plataformas de streaming, conquista também esse espaço de promoção musical.

Além disso, a descentralização do monopólio desse mercado a partir da entrada dos meios online provocou uma abertura para que gêneros mais populares, como o próprio funk, se estabelecessem e ganhassem maior visibilidade.

Nessa conjuntura, a migração da TV para a Internet mudou o cenário de consumo de vídeos, antes determinado pela agenda das emissoras, agora fixado na demanda do consumidor; uma vez que, online, o espectador tem a liberdade de escolher o conteúdo a que tem acesso.

É a partir de 2010 que o funk começa, de fato, a sair da periferia e a ganhar o status de cultura nacional. Artistas dos gêneros ditos populares, muitas vezes periféricos e sem prestígio, enxergaram uma oportunidade de disseminação independente de seus produtos em plataformas como o YouTube e sua produção passou a ser voltada para esse tipo de mídia, que permite o livre acesso. Com a conquista desse espaço, é inevitável o aumento no número de funkeiros a atingirem reconhecimento para além de suas comunidades.

A valorização dos estilos musicais populares, a partir dessa abertura de espaço proporcionada pela Internet, contribuiu para uma virada na música popular nacional para além da mpb. Ritmos como o axé, o sertanejo universitário e o pagode, além do próprio funk, adentraram camadas sociais de maior prestígio. Uma vez pertencentes ao cenário pop brasileiro, e com a influência das mídias digitais, facilitadoras de acesso e de comunicação entre os públicos, esses gêneros encontraram meios de estabelecer um entrosamento entre si.

Torna-se, então, comum a presença de referências cruzadas entre os nichos musicais, desde covers de letras de funk feitas por bandas de axé, até colaborações entre funkeiros e duplas sertanejas. A música “Eu quero tchu, eu quero tcha”, da dupla João Lucas & Marcelo, que faz uma alusão ao batidão do funk e ao beatbox de Mr. Catra, é um exemplo dessa troca. A fusão entre o funk e o sertanejo cativou o público e gerou um subgênero - o funknejo. E assim aconteceu com outros ritmos

também: é da mistura do funk ao ritmo estrangeiro reggaeton que surge funketon, por exemplo.

A popularidade do funk não se limitou ao âmbito musical. Personalidades famosas brasileiras adotaram e reproduziram diversas referências ao gênero. O jogador de futebol Neymar Jr, por exemplo, em uma partida entre os clubes Santos e São Paulo, em 2013, comemorou seu gol imitando a dança da música “Passinho do volante” (MC Federado). Danças, roupas, cortes de cabelo e a estética funkeira, em geral, ganharam notoriedade no mundo das celebridades. Com isso, o funk, já percebido como estilo musical de renome, se consolidou como um dos representantes da cultura brasileira.

Porém, se por um lado o funk era valorizado pela sociedade brasileira, por outro ainda sofria com a rejeição de sua origem. As músicas que apresentavam a realidade das favelas e discursavam sobre crime e sobre sexualidade, como o funk proibidão, eram condenadas pela elite. À pobreza, não interessante aos olhos da classe média, restou resistir.

Nas favelas, a comunidade continuava cantando sobre sua realidade. As alusões à criminalidade, à violência e ao tráfico afastava a classe média do funk e da vida na periferia. Em entrevista, Cidinho, da dupla Cidinho e Doca, moradores da Cidade e Deus, conta sobre o preconceito sofrido por sua comunidade. A dupla representa um momento de tentativa de conscientização da população acerca da discriminação da cultura da favela. Uma de suas músicas mais famosas, Rap da Felicidade, virou *hit* dentro e fora das comunidades:

Eu só quero é ser feliz
Andar tranquilamente na favela onde eu nasci, é
E poder me orgulhar
E ter a consciência que o pobre tem seu lugar
Mas eu só quero é ser feliz, feliz, feliz, feliz, feliz
Onde eu nasci,
E poder me orgulhar
E ter a consciência que o pobre tem seu lugar

Minha cara autoridade, eu já não sei o que fazer
Com tanta violência eu sinto medo de viver

Pois moro na favela e sou muito desrespeitado
A tristeza e alegria aqui caminham lado a lado
Eu faço uma oração para uma santa protetora
Mas sou interrompido à tiros de metralhadora
Enquanto os ricos moram numa casa grande e bela
O pobre é humilhado, esculachado na favela
Já não aguento mais essa onda de violência
Só peço a autoridade um pouco mais de competência

Eu só quero é ser feliz
Andar tranquilamente na favela onde eu nasci,
E poder me orgulhar
E ter a consciência que o pobre tem seu lugar
Mas eu só quero é ser feliz, feliz, feliz, feliz, feliz
Onde eu nasci, é
E poder me orgulhar
E ter a consciência que o pobre tem seu lugar

Diversão hoje em dia não podemos nem pensar
Pois até lá nos bailes, eles vem nos humilhar
Fica lá na praça que era tudo tão normal
Agora virou moda a violência no local
Pessoas inocentes que não tem nada a ver
Estão perdendo hoje o seu direito de viver
Nunca vi cartão postal que se destaque uma favela
Só vejo paisagem muito linda e muito bela
Quem vai pro exterior da favela sente saudade
O gringo vem aqui e não conhece a realidade
Vai pra zona sul pra conhecer água de côco
E o pobre na favela vive passando sufoco
Trocaram a presidência, uma nova esperança
Sofri na tempestade, agora eu quero abonança
O povo tem a força, precisa descobrir
Se eles lá não fazem nada, faremos tudo daqui

Eu só quero é ser feliz
Andar tranquilamente na favela onde eu nasci, é
E poder me orgulhar

E ter a consciência que o pobre tem seu lugar, eu
Eu só quero é ser feliz, feliz, feliz, feliz, feliz
Onde eu nasci, han
E poder me orgulhar, é
O pobre tem o seu lugar

A letra de Cidinho e Doca fez sucesso e virou um clássico do funk carioca. A música é um marco no que diz respeito à luta do morador do morro para ser ouvido e respeitado fora de sua comunidade.

Figura 3 - Cidinho e Doca se apresentam no programa de televisão da Furacão 2000



Fonte: Reprodução YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sZzMnh-oMJo>>.

Acesso em 18/06/2018

No mesmo contexto, o funk de teor sexual, popularmente chamado de "funk putaria", como ficou conhecido nos bailes, crescia desde o começo dos anos 2000. Esse subgênero nasceu principalmente da iniciativa de mulheres MCs que cantavam sobre sexualidade feminina sem pudores ou preocupações com tabus. As letras, explícitas e que usavam palavras de forte cunho erótico, falavam sobre a realidade sexual da mulher moradora da periferia.

Essas MCs compartilhavam suas experiências, expressavam suas preocupações e pregavam o poder feminino para outras mulheres, além de alertar, para as mais jovens, sobre a importância da saúde sexual. Ainda que tenha sido

desenvolvido principalmente entre mulheres, o movimento contava também com a participação de alguns homens, que também expunham essa erotização do funk.

Os termos utilizados nessas músicas, entretanto, faziam com que elas fossem consideradas pornográficas e recriminadas fora de sua existência no morro. Taxado de “sacanagem”, o funk sensual e seus artistas foram alvos da intolerância do público e perderam espaço em bailes do centro e em rádios. Mr. Catra - um dos MCs precursores desse estilo - disse, em entrevista para o documentário “Sou feia mas tô na moda”⁵ (GARCIA, Denise, 2005) “O coroa comendo a criancinha na novela das oito não é sacanagem?” se referindo a uma cena da novela “América”, transmitida pela Rede Globo em 2005, que abordava a pedofilia. “Realidade não é crime. realidade não é sacanagem” conclui.

O documentário “Sou feia mas tô na moda”, de Denise Garcia, retrata esse momento do funk e acompanha algumas funkeiras, mostrando suas vidas e carreiras como mulheres dentro desse ambiente. As falas são, principalmente, de libertação sexual. Ainda que dentro de um ambiente machista, as MCs tomam um posicionamento de empoderamento feminino e consciência de cor e de classe social. “O problema não é o sexo” relata Deize Tigrone, “O problema não é que eles tão discriminando o funk. O problema é que eles tão discriminando o pessoal da comunidade, que eles não querem ver subir de jeito nenhum.”

Apesar de toda a resistência, um grupo de mulheres alcançou o sucesso dentro e fora de suas comunidades. Tatí Quebra Barraco, Deize Tigrone (também conhecida como Deize da Injeção) e Valesca Popozuda (integrante do grupo de MCs Gaiola das Popozudas) se tornaram grandes referências desse subgênero. Enquanto eram ignoradas pela audiência nacional, elas, assim como Mr. Catra e DJ Marlboro, foram responsáveis pelo primeiro contato do funk com o público internacional.

⁵ documentário disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=7TEGmeETANE> Acesso em: 24/05/2018

Figura 4 - M.I.A e Deize Tigrone



Fonte: Extra Online⁶

Em 2005, o DJ e produtor musical americano Diplo, ao lado da cantora inglesa M.I.A, chegaram ao Rio de Janeiro em busca de conhecer o funk brasileiro. O DJ produzia um documentário na época e entrou em contato com os maiores nomes do funk proibidão das comunidades. Como produtor, iniciou as experimentações da música eletrônica com o gênero carioca a partir de sua relação com Mr.Catra, DJ Marlboro e a cantora M.I.A.

O show da inglesa no Brasil, um dos primeiros a realizar essa mistura, contou com a participação de Deize Tigrone nos palcos. Foi, ao levar essa experiência para o exterior, que Diplo abriu as portas do mercado internacional para o funk carioca: Cidinho e Doca ganharam remixes do “Rap das Armas” no norte europeu, Dj Marlboro viajou em turnês pelos Estados Unidos e, assim como Deize Tigrone, também realizou shows pela Europa. Com a batida do funk conhecida internacionalmente, o caminho se abriu para que novos artistas pudessem trilhá-lo.

⁶ Disponível em:

<<https://extra.globo.com/famosos/musa-do-funk-feminista-deize-tigrone-trabalha-como-gari-volta-cantar-apos-depressao-19596486.html>>

Figura 5 - Tati Quebra Barraco



Fonte: Ego Globo⁷

3.1. O FUNK NA TELEVISÃO

Um dos aspectos que pode ilustrar o crescimento do funk como gênero de expressão nacional é a presença desse estilo nos canais abertos de televisão. A TV aberta, principalmente a Rede Globo, costuma influenciar a aceitação de determinadas tendências.

Levando em consideração os efeitos que a Televisão pode ter no mercado musical e audiovisual, é interessante, para essa pesquisa, conhecer os principais momentos de participação do funk dentro da agenda da emissora de TV aberta de maior audiência nacional, a Rede Globo. A linha do tempo destaca os pontos de cruzamento entre essas duas instâncias, alguns momentos marcantes do funk nacional e passa para etapas notáveis de participação da cantora Anitta, objeto dessa pesquisa, transmitidas pela rede nacional de televisão.

A linha do tempo criada complementa o histórico do funk nacional, visitado no capítulo anterior, e começa na criação de uma das produtoras mais famosas do gênero, a Furacão 2000. A empresa foi a responsável pelo lançamento de diversos MCs e DJs no mercado fonográfico brasileiro, entre eles a própria Anitta, conhecida nessa época, como MC Anita.

⁷ Disponível em:

<<http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0,,MUL366223-9798,00-TATI+QUEBRABARRACO+FAZ+LIPO+ESCULTURA+EM+SAO+PAULO.html>>

Ainda levando em consideração a influência da TV aberta nacional na produção e na aceitação de determinados gêneros e estilos, a linha do tempo segue apresentando momentos em que o funk ganha destaque nesse meio de comunicação.

Nas décadas de 1990 e 2000, o funk começa a ganhar algum prestígio não somente na comunidade do morro, como também entre a população da zona sul, área nobre do Rio de Janeiro. O programa da apresentadora em destaque da TV Globo destina uma parte de seu tempo à veiculação de fenômenos musicais. Depois de exibições bem sucedidas no Xuxa Park, o show reservou um espaço, ao final de sua grade, para o então emergente DJ Marlboro e seus convidados. Nessa circunstância foram mostrados, dessa vez para o grande público, nomes como os de Claudinho e Buchecha e Latino, artistas do funk melody.

A linha do tempo continua com a exposição de fatores como o lançamento de Boladona, álbum expoente de uma vertente mais erótica do funk, responsável por popularizar a batida carioca no mercado internacional; e com a criação do canal da produtora de videocliques de funk no YouTube, KondZilla. Os próximos pontos apontam fases de cruzamento entre a carreira da cantora Anitta com a história da Rede Globo, a partir da participação de suas músicas em trilhas sonoras de novelas.

O FUNK NA TV

**FURACÃO 2000
É FUNDADA**

1973

PRIMEIRA VEZ EM UMA NOVELA

Mc batata faz parte da trilha sonora da novela "Barriga de Aluguel" com a música "Feira de Acari"

1990

1994

**XUXA
PARK**

Aos finais dos programas, Dj Malboro ganhava um espaço para a promoção do funk

O MELHOR DO FURACÃO 2000

O canal CNT passa a transmitir aos sábados um programa em associação a produtora Furacão 2000

1995

1997

TAMBORZÃO

É criada a base rítmica do funk carioca a partir dos sons de tambores e atabaques

2004

BOLADONA

É lançado o álbum que consolida o movimento do funk sensual de Tati Quebra Barraco e Deize Tigrana

2006

COBRAS E LAGARTOS

A novela contou com uma trilha sonora de funk para representar todo um núcleo de sua trama

KONDZILLA

Konrad Dantas dirige o clipe “Tá patrão”, de Mc Guimê e cria o canal da produtora no Youtube

2011

1º SUCESSO

“Meiga e abusada” é lançada por Anitta e entra para a trilha sonora da novela “Amor à Vida”

2013

2015

SHOW DAS PODEROSAS

Os sucessos “Show das Poderosas”, lançado em 2013, e “Na Batida”, lançado em 2014, viram trilha sonora da novela “Alto Astral”

GLOBAL



2016

Anitta é convidada para cantar a música
tema da abertura da novela “Totalmente Demais”

4. O CASO ANITTA

Nascida Larissa de Macedo Machado, a cantora Anitta teve um começo difícil. De origem humilde, as dificuldades financeiras marcaram sua infância. A cantora, no entanto, conseguiu impulsionar sua carreira a nível nacional com o hit Show das Poderosas e, mais tarde, atingiu o mercado internacional com parcerias pontuais em seu projeto Check Mate, que levou o funk carioca para o mundo inteiro.

A carreira da cantora pode ser dividida em momentos a partir dos nomes que usou durante esse caminho. De Larissa, estudante e trabalhadora comum a MC Anita, produzida pela Furacão 2000 e, mais tarde, Anitta, personalidade nacional. Administradora de sua própria carreira, a cantora provou ser uma empresária muito capaz no meio musical e audiovisual. O projeto Check Mate faz parte de seu plano de lançamento internacional e de valorização da música brasileira frente a mercado estrangeiro.

4.1. LARISSA

Nascida em Honório Gurgel, na periferia do Rio de Janeiro, Larissa, agora conhecida mundialmente como Anitta, teve origem humilde e estudou na rede pública de educação durante toda a sua infância. Foi incentivada por seu pai a fazer

ensino técnico de Administração, ainda na sua vida escolar, por ser uma formação com “maior possibilidade de estabilidade financeira”. Ela conta, em sua entrevista para a Brazil Conference at Harvard & MIT⁸, que o curso foi essencial para sua formação, uma vez que forneceu as ferramentas para que, mais tarde, conseguisse gerenciar sua própria carreira artística.

Ao fim desse curso, era necessário cumprir com a exigência de um estágio profissional. A futura artista, então, conseguiu aprovação no processo seletivo da Vale do Rio Doce, no Rio de Janeiro, competindo com cinco mil pessoas por uma das cinco vagas ofertadas.

Devido a seu berço simples, Larissa foi ensinada que deveria batalhar por suas aspirações. Sendo um sonho de infância alcançar o mérito como artista, a, então, estudante conciliava seu ensino e estágio com tentativas de ser ouvida por produtoras, em um esforço de ser lançada musicalmente.

Figura 6 - Vídeo que revelou Anitta



Fonte: Reprodução YouTube. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=RklqdbKQ-SI>> Acesso em 18/06/2018

Ao fim do período de estágio, Larissa, prestes a ser efetivada na empresa, optou por continuar com a carreira musical. Ela tentava apresentações em bailes funk e com a publicação de um vídeo em seu canal no YouTube, no qual ela cantava a música “Soltinha” de Priscila Nocetti, o DJ Renato Azevedo, ou Batutinha, produtor

⁸ entrevista disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=viZBHhscEHg> Acesso em: 25/05/2018

musical da Furacão 2000, a chamou para assinar um contrato com a produtora em 2011.

4.2. MC ANITTA

Com o contrato assinado com a famosa produtora de funk Furacão 2000, Larissa criou o nome artístico MC Anita. Em sua entrevista no evento Brazil Conference at Harvard & MIT, a cantora conta que se inspirou na protagonista da minissérie “Presença de Anita”, que foi ao ar em agosto de 2001 pela Rede Globo⁹. “Eu troquei o meu nome porque eu achava Larissa um nome comum [...] e eu não queria ter um nome que você precisasse indicar quem era a pessoa.”, conta ela. “Eu queria ter um nome que, quando falassem o nome, só tinha como ser eu”. Foi por orientação de um dos produtores que a artista adicionou um “t” ao nome.

Dentro da Furacão 2000, MC Anitta começou a se apresentar em vários bailes funk e gravou seu primeiro single, “Eu vou ficar” e seu primeiro videoclipe, “Menina Má”. Pregando o poder feminino, a cantora começou a ganhar destaque dentro do funk melody.

Figura 7 - Menina Má, o primeiro videoclipe de MC Anitta



Fonte: Ego Globo

9

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/minisseries/presenca-de-anita/ficha-tecnica.htm> Acesso em: 29/05/2018

Mesmo fazendo parte do elenco da produtora, a MC gerenciava sua carreira de forma autônoma, com a ajuda de seu irmão e de sua mãe. Suas músicas eram distribuídas por ela e amigos DJs, nas portas de bailes e festas na periferia. “As portas eram muito fechadas.” lembra ela. “Eu era barrada em várias situações, eu era rejeitada em revistas, em jornais, em muitas coisas porque eu fazia funk. Então ninguém queria [...] tirar uma foto comigo, porque estava atrelando a imagem a uma coisa pobre, a uma coisa ruim, de baixo nível segundo eles.”

Fora da Furacão 2000, a nova empresária da cantora foi a responsável pela retirada do título de mestre de cerimônias - MC - do nome da artista. Seu primeiro sucesso, “Meiga e Abusada”, veio assinado somente como Anitta.

Figura 8 - Foto promocional do clipe de Meiga e Abusada



Fonte: YouTube

4.3. ANITTA

Em 2013, Anitta lançou a música “Show das Poderosas”, cujo videoclipe lhe rendeu, aos 19 anos, o título de primeira artista brasileira a atingir a marca de 100 milhões de visualizações no YouTube. Foi esse sucesso que popularizou seu

trabalho por todo o Brasil. Ao atingir esse marco, a cantora publicou em sua conta no Instagram uma foto com o seguinte texto:

Hoje chegamos à marca de 100 milhões de visualizações no clipe de "Show das Poderosas". A primeira artista Brasileira a chegar neste número. Passa um filme na minha cabeça toda vez que penso sobre tudo que envolveu este trabalho. Desde o momento em que escrevi essa música até as consequências da sua globalização (na minha vida e na de muitas pessoas). Sua composição, idealização, roteiro do clipe, coreografia, produção musical, cada detalhe pensado por mim com a ajuda de pessoas, amigos e profissionais incríveis no intuito de criar algo inovador, que fizesse minha identidade se desenhar na cabeça das pessoas. As milhares de reproduções do vídeo na internet, o ideal da mulher "poderosa" se tornando frequente na rotina das pessoas, os figurinos recriados pelo público, a expansão da música por centenas de países diferentes, os prêmios, as execuções e o mais importante, a continuação de um trabalho estável depois de um sucesso.¹⁰ (ANITTA, 2015)

A legenda da foto mostra seu envolvimento com todas as etapas da produção da música e do videoclipe. Além disso, reforça o tema central de sua carreira: o poder feminino. Esses aspectos se mostram presentes desde o primeiro hit da cantora e permanecem até seu último projeto, o Check Mate.

Com "Show das Poderosas", Anitta se estabeleceu no mercado brasileiro e se tornou uma celebridade de grande expressão nacional. Esse status abriu portas para diferentes trabalhos com artistas locais. Seguindo o mesmo caminho que o funk e a música popular, a cantora fez parcerias com artistas consagrados de outros gêneros musicais. Em 2017 lançou a música "Você partiu meu coração", com Wesley Safadão e Nego do Borel, em uma mistura do funk com o arrocha. A cantora também atingiu o mercado do sertanejo com a música "Loka", divulgada em colaboração com a dupla Simone e Simaria.

¹⁰ disponível em: <https://www.instagram.com/p/1J5qfHr3VA/?hl=pt-br&taken-by=anitta> . Acesso em: 30/05/2018

Figura 9: Imagem promocional do videoclipe de “Show das Poderosas”



Fonte: YouTube

Anitta também lançou músicas que atingiam outros públicos: as composições “Mulher” e “Cobertor”, com participação do rapper Projota, que visavam o nicho do rap e hip hop, e ainda “No meu talento” com MC Guimê, um dos expoentes do funk ostentação. Essas parcerias, ao longo de seus álbuns, ajudaram a transformar Anitta em um produto consolidado no mercado nacional.

Com sua carreira fortalecida no Brasil como uma das artistas mais influentes do país, Anitta atuou no lançamento de novos artistas. Seu prestígio na internet alavancou o sucesso de outras cantoras, como Jojo Moronttini - também conhecida como Jojo Todynho - e do grupo MC Loma e as Gêmeas Lacração. Moronttini, depois de aparecer no clipe de Vai Malandra, chamou a atenção do produtor DJ Batata, que escreveu e produziu a música “Que tiro foi esse”, um dos hits do carnaval de 2018.

O outro sucesso do carnaval desse mesmo ano foi a música “Envolvimento”, das pernambucanas MC Loma e as Gêmeas Lacração, que misturaram o brega com o funk. Anitta fez um vídeo na rede Snapchat cantando a música do grupo e viralizou na internet. A cantora ainda convidou as artistas para shows e para seu bloco de carnaval, no Rio de Janeiro. Depois do sucesso inicial, as artistas lançaram parcerias com outros funkeiros famosos.

Já estabelecida no mercado nacional, Anitta começou a mirar em sua carreira internacional. Em depoimento dado em uma entrevista com o jornalista e apresentador Pedro Bial, para o programa *Conversa com Bial*, transmitido pela Rede Globo em 15 de junho de 2017¹¹, assim como na entrevista para o evento *Brazil Conference at Harvard & MIT*, a artista explicou a estratégia usada por ela: diante da conquista do mercado fonográfico brasileiro, a cantora, buscando expansão para o meio internacional, realizou pesquisas musicais em Barcelona. Foi durante as viagens entre folgas de apresentações que Anitta teve seus primeiros contatos com o reggaeton, gênero latino que compartilha, devidas as proporções geográficas e históricas, do contexto social do funk no Brasil.

Segundo a funkeira, os três maiores nichos musicais no atual mercado são os de língua inglesa, em primeiro lugar, de língua espanhola, em segundo, e de língua portuguesa, em terceiro lugar. Tendo já conquistado o mercado de língua portuguesa, a artista adotou a oportunidade de explorar o meio fonográfico latino, apesar de o contexto fonográfico brasileiro viver um momento de rejeição a produções de língua espanhola.

O plano traçado pela cantora e empresária contava com três pequenas aparições que fixassem seu nome na memória dos consumidores estrangeiros: 1- uma singela participação em um remix da música “Ginza”, do cantor colombiano J BALVIN, que aproveitou, segundo Anitta, o espaço já estabelecido pelo cantor e não ameaçou sua imagem frente aos fãs brasileiros; 2- a parceria com o também colombiano Maluma na produção da música “Sim ou Não”, em português e espanhol; e 3- o convite recebido para uma apresentação na noite de abertura dos Jogos Olímpicos de 2016, na qual dividiu o palco com Caetano Veloso e Gilberto Gil, artistas brasileiros reconhecidos internacionalmente.

¹¹ <https://globoplay.globo.com/v/5943536/>

Figura 10 - Imagem promocional do videoclipe de “Sim ou Não”



Fonte: YouTube

Após esse começo bem sucedido de sua campanha em mercado latino e com a boa repercussão da produção com Maluma, Anitta lançou, em 2017, sua primeira música com letra inteiramente em espanhol, o hit “Paradinha”. Com o videoclipe gravado nos Estados Unidos, a cantora conseguiu atingir as marcas de 264 milhões visualizações do vídeo em seu canal no YouTube e mais de 84 milhões de reproduções da faixa no Spotify.

Além dessa composição, a artista veiculou, juntamente com o grupo de DJs de Diplo, Major Lazer, o single “Sua Cara”, com participação da drag queen brasileira Pabllo Vittar. A divulgação da parceria em redes sociais colocou a cantora em evidência para o público exterior.

Figura 11 - Imagem promocional do videoclipe de “Paradinha”



Fonte: YouTube

Figura 12 - Imagem promocional do videoclipe de “Sua Cara”



Fonte: YouTube

5. O XEQUE-MATE

Em agosto de 2017, Anitta anunciou o projeto CheckMate como parte da promoção de sua carreira internacional. O projeto consistia no lançamento de uma música e de seu respectivo videoclipe a cada mês, por tempo indeterminado. A proposta ambiciosa da cantora impressionou fãs e colegas do meio musical, além de criar um mistério a respeito da quantidade e gênero das músicas que seriam divulgadas.

No vídeo promocional do projeto, Anitta anuncia sua campanha em inglês, espanhol e português. Isso mostra o objetivo da cantora de alcançar os três maiores públicos do mercado fonográfico *pop*. O nome CheckMate foi pensado dentro desse contexto para ser reconhecido e compreendido facilmente pelas três línguas, apesar das diferentes grafias (Checkmate, Xeque-Mate e Jaque-mate). Além da facilidade de identificação com os três diferentes nichos, o nome indica o plano da cantora para sua carreira: se lançar de forma permanente como artista internacional.

Com a estratégia de lançar música e videoclipe em conjunto, Anitta conseguiu atingir, com sucesso, picos de audiência em duas grandes plataformas de *streaming*: o YouTube e o Spotify. Além de aumentar seus números de visualização e

popularidade, o feito garante certa onipresença da cantora nos meios mais utilizados para consumo de produtos da cultura *pop*. Aliar a imagem ao som, nesse caso, proporciona uma nova forma de consumo para os fãs, baseada também na identidade do artista e não mais apenas em suas obras.

O projeto contou ainda com participações especiais estratégicas, em cada música, de artistas e produtores consagrados nos subgêneros explorados pela cantora. Com essas parcerias, Anitta ganhou credibilidade em suas produções, outro ponto importante para que o plano de conquistar também o mercado estrangeiro ocorresse sem falhas.

5.1. AS TRÊS PRIMEIRAS FAIXAS

Em setembro de 2017, Anitta lançou a primeira música do projeto CheckMate. “Will I See You”, que conta com a participação do produtor Poo Bear. O convidado é conhecido e respeitado mundialmente por seus trabalhos e por apresentar novos talentos para o mercado, como Justin Bieber, artista renomado do mundo *pop*.

No primeiro videoclipe do projeto, Anitta aparece com Poo Bear cantando o ritmo brasileiro mais conhecido no exterior: a bossa nova. Esse estilo tem grande repercussão entre os consumidores estrangeiros. A música “Garota de Ipanema”, por exemplo, de Tom Jobim e Vinicius de Moraes, é uma grande representante desse gênero e constantemente ganha releituras e novos arranjos. Essa melodia figura como a segunda canção mais tocada da história, atrás apenas de “Yesterday”, do grupo britânico The Beatles, de 1965¹². A cantora, ao aparecer cantando esse gênero marcante em inglês, usou seu primeiro movimento em CheckMate para sintetizar e reafirmar o objetivo do projeto: O lançamento de uma artista brasileira em mercado internacional.

A gravadora Warner Music, em um vídeo promocional que explicava o projeto CheckMate, descreveu os objetivos da campanha e as pretensões de cada música. Sobre o primeiro single, o vídeo aponta: “Em ‘Will I See You’, Anitta mostrou que

¹² Fonte: Último Segundo - iG @ <http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/musica/2012-09-29/garota-de-ipanema-faz-50-anos-segunda-cancao-mais-tocada-da-historia.html>

entende também de bossa nova, conquistou as rádios do país, e jogou seu talento brasileiro na cara do mercado internacional” (WARNER, 2018)¹³

Figura 13 - Anitta e Poo Bear para o videoclipe de “Will I See You”



Fonte: Papel Pop¹⁴

O segundo single do projeto tomou a forma de música eletrônica - ou EDM¹⁵. “Is That For Me” foi lançada em outubro de 2017, com a participação do DJ sueco Alesso. A música, também cantada em inglês por Anitta, teve seu clipe compartilhado, dessa vez, no canal do DJ no YouTube. Essa estratégia de divulgação aproveita a base de fãs do artista para a introdução da cantora no meio eletrônico, uma vez que os públicos da brasileira e do europeu não costumam compartilhar interesses.

No videoclipe de “Is That For Me”, Anitta e Alesso aparecem em diversos cenários na Floresta Amazônica. A mistura entre elementos brasileiros e a língua inglesa, como no videoclipe do primeiro single do projeto, mais uma vez reafirma o propósito da cantora de lançamento internacional de sua carreira.

¹³ <<https://www.youtube.com/watch?v=JblyqdDwKn8>>

¹⁴ <<http://www.papelpop.com/2017/09/anitta-libera-previa-de-sua-nova-musica-will-i-see-you/>>

¹⁵ Electronic dance music

Figura 14 - Anitta e Alesso em imagem promocional do videoclipe de “Is That For Me”



Fonte: YouTube

Em novembro de 2017, Anitta lançou mais um single, dessa vez em espanhol, visando o mercado latino. No vídeo da Warner Music, a gravadora explica:

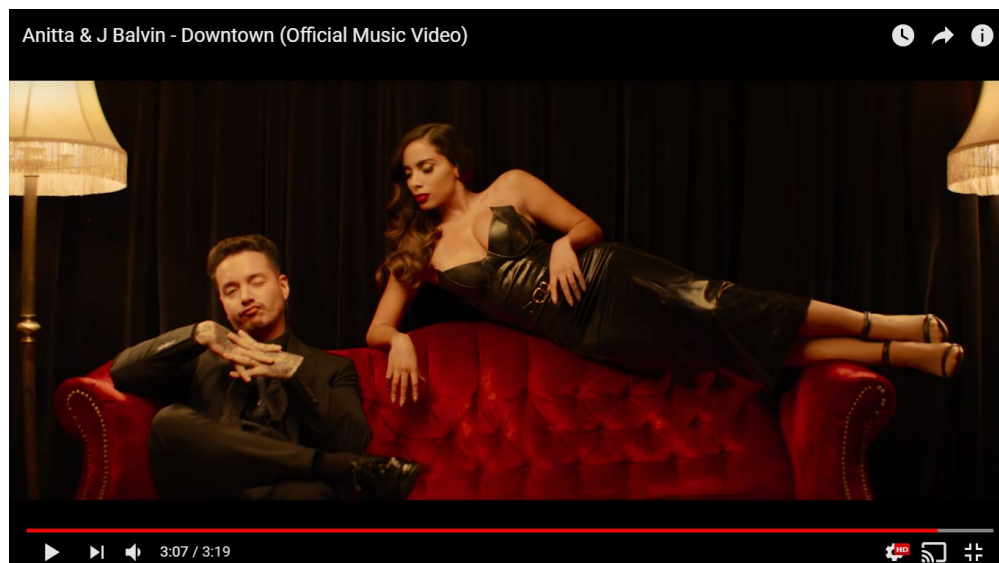
Aí veio “Downtown”, que fez Anitta se destacar no meio da explosão da música latina. O single com J Balvin logo virou a maior música de sua carreira, teve a segunda melhor estreia do Spotify brasileiro e fez a cantora atingir o maior pico da sua carreira no streaming, chegando a bater #19 entre as músicas mais ouvidas pelo mundo. (WARNER, 2018)

O sucesso de “Downtown” estabeleceu o assentamento da carreira da cantora no mercado latino. Anitta já havia experienciado outras parcerias bem sucedidas dentro desse meio, como o hit “Sim ou Não”, com o colombiano Maluma. Além disso, sua música “Paradinha”, cantada em espanhol, já rendia bons números para a artista: duas semanas depois do lançamento, o videoclipe contava com mais de 35 milhões de visualizações no YouTube, além de ganhar destaque no Spotify Viral 50 Uruguai¹⁶

¹⁶ Fonte:

<https://www.gazetadopovo.com.br/cultura/a-paradinha-de-anitta-nao-para-de-crescer-a-novabeyonce-028imy28w828czmaeq8ql04zb>

Figura 15 - Anitta e J Balvin no videoclipe de “Downtown”



Fonte: Reprodução YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wIS6lx7mA0w>>.

Acesso em: 18/06/2018

Os três primeiros singles lançados no projeto CheckMate reiteram como a cantora abrange diversos estilos musicais. “Anitta apostou na maior estratégia de sua carreira ao soltar músicas completamente diferentes umas das outras. Assim, ela atingiu com maestria 4 públicos e percorreu o mundo com o sucesso das faixas” (WARNER, 2018). Dessa forma, a artista preparou o mercado, familiarizando-o com sua versatilidade entre os ritmos mais consumidos, para, mais tarde, introduzir seu próprio estilo: o funk brasileiro.

5.2. VAI MALANDRA

Em dezembro de 2017, Anitta encerrou o projeto CheckMate com o lançamento do videoclipe de “Vai Malandra” em seu canal no YouTube. A música é um retorno da cantora ao funk brasileiro, em uma mistura com o *trap*¹⁷. Entre os lançamentos do projeto CheckMate, esse é o single com maior número de participações de outros artistas. MC Zaac e o DJ Yuri Martins, funkeiros paulistas, dividem os vocais e assumem o *beat*, respectivamente, com Anitta e o grupo de

¹⁷ subgênero da música eletrônica que se mistura com o rap e o hip hop

brasileiros Tropkillaz. Além das contribuições nacionais, a cantora conta com a colaboração do rapper norte-americano Maejor.

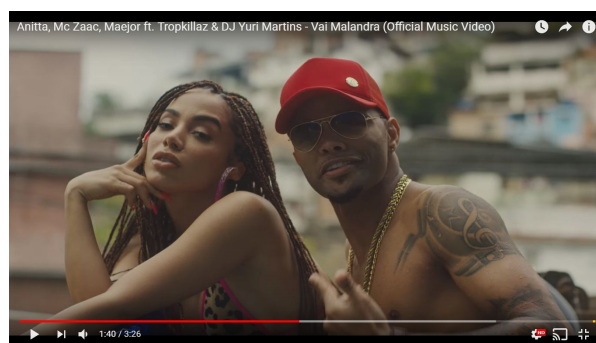
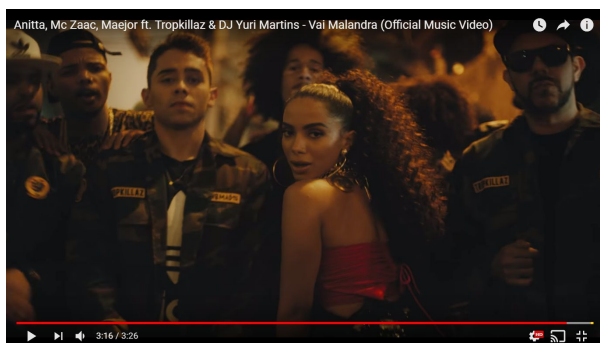
Figura 16 - imagem promocional do videoclipe de “Vai Malandra”



Fonte: YouTube

Enquanto as três primeiras faixas lançadas no projeto contam com a participação de grandes nomes da música internacional, o quarto single traz uma parceria com artistas consagrados no Brasil: MC Zaac, que possui mais de 250 milhões de visualizações em seus vídeos pelo canal do produtor KonZilla no YouTube; e o DJ Yuri Martins, um dos maiores e mais procurados produtores musicais de funk atualmente. Os dois funkeiros, em conjunto com o grupo Tropkillaz, que é referência do trap no país e já produziu em conjunto com Diplo, formam a equipe escolhida por Anitta para a realização da última música do seu xequê-mate.

Figura 17 - O single contou com a participação da dupla Tropkillaz e de MC Zaac



Fonte: Reprodução YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT_-VI>.

Acesso em: 18/06/2018.

O videoclipe, gravado no Morro do Vidigal, conta com mais 273 milhões de visualizações no YouTube e rendeu a Anitta estatísticas impressionantes:

A faixa estreou em 49º no Spotify global, pulando para #18 em 2 dias, se tornando a primeira música em português entre as 20 mais tocadas no mundo. No Spotify BR, “Vai Malandra” é a música mais ouvida desde a estreia. Um mês após o encerramento do Check Mate, Anitta já se tornou a maior artista brasileira da atualidade e fez o lançamento mais bombástico da história do pop brasileiro. (WARNER, 2018)

“Vai Malandra” coloca a favela em evidência e, com ela, os moradores da comunidade e sua cultura. No videoclipe, muitas das pessoas que figuram na tela são residentes da periferia, como a cantora e youtuber JoJo Moronttini e o modelo Pietro Baltazar, que ficaram conhecidos depois do lançamento do single. As cenas no vídeo retratam aspectos da cultura local, como o bronzear com fita isolante nas lages, a piscina improvisada e a carona de mototáxi para subir o morro.

Essas representações contribuem para o argumento de que o clipe é um retorno da funkeira às suas raízes e uma forma de valorização da cultura nacional. Segundo o vídeo publicado pela gravadora de Anitta, “‘Vai Malandra’ nasceu para mostrar que o Brasil não precisa imitar ninguém pra se destacar musicalmente pelo mundo” (WARNER, 2018)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando as palavras não são suficientes para expressar sua luta, os recursos audiovisuais constroem um cenário imagético principalmente naqueles que não possuem a vivência do problema.

Em um contexto conservador de rejeição da cultura pobre e negra, o funk é constante alvo de tentativas de criminalização. Em 2017, foi protocolada uma sugestão de lei, apoiada por 21 978 assinaturas, que propunha a classificação do funk “como crime de saúde pública à criança, aos adolescentes e à família” (ALONSO, 2018). Tal atitude provocou reações de artistas, pesquisadores e membros em geral da comunidade em defesa do gênero musical.

O preconceito contra expressões da cultura negra não é novidade. Outros gêneros e movimentos de origem africana, como a capoeira e o samba, também sofreram perseguição¹⁸. O funk, nesse sentido, segue o mesmo caminho dos demais ritmos. Apesar da repressão, o estilo musical vem conquistando o território nacional e sendo reconhecido também no exterior.

É nessa conjuntura que a cantora Anitta se insere. A artista, que começou sua trajetória no funk, conquistou o cenário pop brasileiro e teve participação ativa na promoção e disseminação do gênero para além das periferias e entre as mais diversas classes sociais. Com o crescimento de sua influência, a carioca partiu para a realização de uma meta maior: a internacionalização de sua carreira. Em 2017, por meio do projeto CheckMate, Anitta lançou um *single*¹⁹ por mês, entre setembro e dezembro do mesmo ano.

Como apresentado nesse trabalho, o projeto CheckMate tem o propósito de promover a carreira da cantora para o mercado internacional. Seguindo a progressão dos lançamentos, pode-se notar que Anitta, com as três primeiras

¹⁸ disponível em:

<<https://g1.globo.com/musica/noticia/projeto-de-lei-de-criminalizacao-do-funk-repete-historia-do-samba-da-capoeira-e-do-rap.ghml>> acesso em 22/06/2018

¹⁹ “MÚSICA canção, geralmente escolhida pelo seu potencial comercial, a que se dá um especial destaque mediático e que serve para apresentar um álbum musical, sendo usada para difusão na rádio, na televisão, etc.” - single in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2018. [consult. 2018-06-30 20:40:03]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/single>

músicas, buscou chamar a atenção do público estrangeiro, para depois inserir a cultura brasileira no repertório.

Em “Will I See You” e “Is That For Me”, a cantora conta com participações de grandes nomes do meio pop no exterior e, em “Downtown”, ela consegue se estabelecer no mercado latino, no qual já investia há algum tempo. Em “Vai Malandra”, no entanto, a intérprete escolhe parcerias de artistas de renome no mercado nacional, para valorizar o mercado interno ao mesmo tempo em que mantém relações com o público externo, por meio da participação de um rapper norte-americano.

O processo de internacionalização da cantora Anitta, a partir do projeto CheckMate, retrata a construção de um caminho que tem como objetivo tornar o funk palatável e reconhecido nas esferas nacional e internacional. O videoclipe de “Vai Malandra” é um momento de exaltação da cultura do funk no morro. Na produção, o protagonismo é dado aos moradores da periferia e aos costumes dessa parcela da população. O que para uns pode ser uma ode ao mau-gosto, para outros é um processo de reconhecimento do valor que a cultura negra tem. É fato que “Vai Malandra” causou e continua causando impacto dentro e fora do Brasil.

A dinâmica entre imagem e música, explorada pela cantora no projeto CheckMate, é uma forma de tornar sua música multiplataforma. Isso se dá, observando a realização do projeto, de forma que evidencia a interdependência entre os dois meios: Anitta optou por utilizar a estratégia de lançar videoclipes no primeiro momento, não apenas o single, obrigando o espectador a consumir todo o conceito do produto de forma completa, em vez de por partes.

Recentemente outros artistas internacionais começaram a trabalhar essa interconexão imagética para falar de movimentos oprimidos, principalmente o movimento negro, dentro da cultura de massa. Uma das primeiras artistas a fazer isso foi a cantora Beyoncé, em seus álbuns visuais “Beyoncé” e “Lemonade”. As obras foram lançadas de surpresa e são formadas pela combinação entre músicas, vídeos e videoclipes que dão forma à narrativa global do álbum.

Outro exemplo é o lançamento do single “This Is America”, de Childish Gambino, nome da persona musical do ator Donald Glover. O compositor liberou em seu canal no YouTube o videoclipe, combinando a letra da música, a melodia e as

imagens para escancarar o racismo nos Estados Unidos. Os momentos em que as palavras faltam são preenchidos pelas imagens no videoclipe, o que cria uma dependência da reprodução combinada para o entendimento total do sentido completo da obra.

Como sugestão de pesquisas futuras, recomenda-se a investigação de outros casos que explorem o audiovisual como ferramenta do artista de cultura pop. Esse mercado tem demonstrado grande crescimento e número cada vez maior de artistas utilizando essa estratégia, das mais diferentes formas, o que torna esse recurso fonte inesgotável de estudo. É pertinente o estudo dessa dinâmica entre videoclipe e mercado fonográfico, uma vez que o público demanda dos artistas cada vez mais um consumo de identidade e performance, que se apoia cada vez mais na imagem.

REFERÊNCIAS

ALESSO & Anitta - Is That For Me (Official Music Video). 2017. P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5ggZ9jIHnr8>>. Acesso em: 07 jun. 2018.

ALOI, Rafael. **Anitta libera prévia de novo clipe, “Will I See You”**. 2017.

Disponível em:

<<http://www.papelpop.com/2017/09/anitta-libera-previa-de-sua-nova-musica-will-i-se-e-you/>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

ALONSO, Marcelo. **Criminalização do funk como crime de saúde pública a criança aos adolescentes e a família**. Disponível em:

<<https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaoideia?id=65513>>. Acesso em: 19 jun. 2018.

ANITTA & J Balvin - Downtown (Official Music Video). 2017. Son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wIS6lx7mA0w>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

ANITTA, Mc Zaac, Maejor ft. Tropkillaz & DJ Yuri Martins - Vai Malandra (Official Music Video). 2017. P&B. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT_-VI>. Acesso em: 15 jun. 2018.

ANITTA na Brazil Conference at Harvard & MIT. 2018. Son., color. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=viZBHhscEHg>>. Acesso em: 06 jun. 2018.

ANITTA - Paradinha (Official Music Video). 2017. Son., color. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=-73pafJ9RFg>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

BEZERRA, Júlia; REGINATO, Lucas. **Funk**: a batida eletrônica dos bailes cariocas que contagiou o Brasil. São Paulo: Panda Books, 2017. 160 p.

ESSINGER, Silvio. **Batidão: uma história do funk**. Rio de Janeiro: Record, 2005. 292 p.

G1 (Org.). **Projeto de lei de criminalização do funk repete história do samba, da capoeira e do rap**. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/musica/noticia/projeto-de-lei-de-criminalizacao-do-funk-repete-historia-do-samba-da-capoeira-e-do-rap.ghtml>>. Acesso em: 22 jun. 2018.

GOES, Zico. **MTV, bota essa p#@% pra funcionar!** São Paulo: Panda Books, 2014. 168 p.

INFOGRÁFICO: Os impressionantes números do YouTube. 2017. Disponível em: <<http://www.blog.doxxa.com.br/single-post/2017/09/18/Infografico-Os-impressionantes-numeros-do-YouTube>>. Acesso em: 29 jun. 2018.

LUSVARGHI, Luiza Cristina. **A MTV no Brasil: A padronização da cultura na mídia eletrônica mundial**. 2002. 173 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Artes, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

MEIGA e Abusada (Clípe Oficial) - Anitta. Direção de Blake Farber. Intérpretes: Anitta. 2012. Son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=IBI4O2exar4>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada a sério**. 5. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2000.

MAJOR Lazer - Sua Cara (feat. Anitta & Pablo Vittar) (Official Music Video). Direção de Bruno Ilogti. Intérpretes: Anitta, Pablo Vittar, Major Lazer. 2017. Son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=omzk3kIly0E>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

PINTO, Ricardo Jorge; SOUSA, Jorge Pedro. **O futuro da Internet**. 31. ed. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 1999. In: Comunicação e Sociedade.

POR Trás do Hit: o #CheckMate de Anitta. [s.i.]: Warner Music Brasil, 2018. Son., color. Legendado. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=JblyqdDwKn8>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

POO Bear feat. Anitta - Will I See You (Official Music Video). Direção de Manuel Nogueira. Intérpretes: Anitta e Poo Bear. [s.i.]: Poo Bear e Shots Studios, 2017. Son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eYF8tR1Zzu4>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

SHOW das Poderosas (Clipe Oficial) - Anitta. 2013. P&B. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=FGViL3CYRwg>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

SILVA, Bruno. **YouTube divulga os 10 vídeos mais vistos em 2017 no Brasil e no mundo**. Disponível em:
<<https://www.theenemy.com.br/social/youtube-divulga-os-10-videos-mais-vistos-em-2017-no-brasil-e-no-mundo>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

SIM Ou Não - Anitta Feat Maluma. 2016. Son., color. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=7Yrghfw1eNo>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

SOU feia mas tô na moda. Direção de Denise Garcia. Rio de Janeiro: Toscographics, 2005. Son., color. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=7TEGmeETANE>>. Acesso em: 07 jun. 2018.

TATIT, Luiz. **Todos entoam**: Ensaios, conversas e canções. São Paulo: Publifolha, 2007. 448 p.

TREVISAN, Michele Kapp. **A era MTV::** análise da estética de videoclipe (1984-2009). 2011. 265 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.